

Änderungsliste MK1 – 3. Auflage

Allgemein:

- Geringfügige redaktionelle, sprachliche Anpassungen
- Einfügung neue Modulübersicht
- Ergänzung eines Abbildungsverzeichnisses
- Ergänzung Tabellenbeschriftungen und Tabellenverzeichnis
- Ergänzung einer Aufgabennummerierung und eines Aufgabenverzeichnisses
- Aktualisierung der Online-Quellen
- Aktualisierung des Stichwortverzeichnisses
- Aktualisierung Legendenseite
- Aktualisierung Feedbackmöglichkeit Modulsript

S.9	Neue Abbildung (Abb.): Klassische Funktionsbereiche in einem Unternehmen
S. 10	Neue Abb.: Übergeordnete Funktion des Marketings
S. 12	Neue Abb.: Kreislauf-Modell des Marketingkonzeptes
S. 15	Neue Abb.: Bereiche des Marketing-Mix
S. 20	Neue Abb.: Marktkräfte
S. 23	Neue Abb.: Produkt-Dienstleistungs-Kontinuum
S. 23	Neue Abb.: Komponenten eines hybriden Leistungsbündels
S. 26	Neue Abb.: Ebenen der Marktforschung
S. 27	Neue Abb.: Datenquellen der Marktforschung
S. 32	Neue Abb.: Mögliche Datenquellen für ein CRM-System
S. 32	Neue Abb.: Zentrale Erfassung interner Unternehmensdaten
S. 34	Neue Abb.: Beispiel einer kundenbezogenen ABC-Analyse
S. 36	Neue Abb.: Mögliche Merkmale zur Bildung von Zielgruppen
S. 39	Neue Abb.: Konzept der strategischen Geschäftsfelder
S. 41	Neue Abb.: Beispiele für Einflussfaktoren auf das regionale Marktumfeld
S. 44	Neue Abb.: Schritte der Wettbewerbsanalyse
S. 49	Neue Abb.: Five-Forces-Modell nach Porter
S. 52	Neue Abb.: Gütekriterien der Marktforschung
S. 56	Neue Abb.: Beispiel für eine Zielhierarchie
S. 57	Neue Abb.: Strategische Optionen zur Erreichung eines Oberzieles
S. 59	Neue Abb.: Marktpsychologische Ziele – Kaufentscheidungsprozesse

Neben den oben aufgeführten allgemeinen Änderungen wurden für die vorliegende Auflage keine weiteren inhaltlichen Anpassungen vorgenommen.